

< Jonat Deelstra, *Beyond Authority*, **2024, olieverf op doek, 170x120cm, courtesy GoMulan Gallery (foto J. de Waart)**

Onzekerheid op de kunstmarkt

De politieke en sociale situatie in de wereld heeft ook zijn weerslag op de kunstmarkt. Wat de gevolgen daarvan zijn, is lang niet altijd vanzelfsprekend en ook niet eenduidig te verklaren. Maar dat we naar een nieuwe situatie toe gaan is zeker, en inmiddels worden de eerste tekenen zichtbaar.

Tekst **Jeannette ten Kate**

Het jaarlijkse *Art Market Report 2024*, dat in opdracht van Art Basel en UBS wordt samengesteld door dr. Clare McAndrew, geeft een goed onderbouwd overzicht van de situatie van de mondiale kunstmarkt in 2023 en een voorproefje op wat 2024 ons zou kunnen brengen. Een van de conclusies uit het onderzoek is dat er een afkoeling van de markt plaatsvindt. De toegenomen onzekerheden in de wereld, veroorzaakt door inflatie, politieke instabiliteit, oorlogen en klimaatverandering, eisen hun tol. Maar ook de renteverhogingen hebben grote gevolgen voor het koopgedrag van particulieren, die zich daardoor minder focussen op beleggen in bezit en meer op producten binnen de financiële markt. Toch is er op de kunstmarkt in 2023 wereldwijd nog steeds 65 miljard dollar omgezet. Dat is 4% minder dan 2022, maar net iets hoger dan in 2019, voor de coronapandemie.

De kunstmarkt gaat gelijk op met de markt voor luxury collectibles, zoals handtassen, klassieke auto's, sneakers, wijn, whisky en horloges. Ook daar is een daling in omzet te zien. De veilingen voor deze collectibles zijn door de grote kunstveilinghuizen opgezet als reactie op de financiële crisis in 2009, toen men juist liever in bezit wilde investeren dan in risicovol gebleken financiële producten. De stap richting luxe verzamelobjecten is overigens opvallend voor veilinghuizen als Sotheby's, Christie's en Phillips, die toch een lange historie hebben in kunstveilingen. In 2023 was hun gezamenlijke omzet in dit segment goed voor circa 2,2 miljard dollar. Maar ook daar is een daling te zien van circa 30% vergeleken met het jaar ervoor.

WET PAINT SALES

Het lijkt misschien alsof de hele kunstbranche afhankelijk is van speculanten en investeerders. En inderdaad is de mentaliteit op de internationale kunstmarkt sinds het begin van deze eeuw behoorlijk veranderd. Kunst en geld zijn inmiddels vaak onlosmakelijk met elkaar verbonden. Toch is dat niet altijd zo, en ook zeker niet overal. Er is een groot verschil tussen het topje van de markt, met een internationaal bereik, en de regionale markten.

Ook is het belangrijk om onderscheid te maken tussen de verschillende sectoren. Zo is het beleggingsmotief bij kopers vooral merkbaar op de internationale markt voor 20e- en 21e-eeuwse kunst, en dan nog specifieker binnen de sectie post-war & contemporary. Het 'flippen' van kunstwerken, dat wil zeggen kopen in de primaire markt en snel doorverkopen op de veiling voor (hopelijk) hogere opbrengsten, zien we vanaf het begin van de 21e eeuw steeds vaker gebeuren. Daarmee wordt een ongecontroleerde windhandel gecreëerd. De galeries, die erop gebrand zijn om de carrière van hun kunstenaars te beschermen tegen hypes, hebben zo het nakijken. De veilinghuizen, die mee laveren met de waan van de dag, gaan er juist in mee en organiseren veilingen van steeds jongere kunstenaars – de zogenaamde wet-paint sales – met titels als New Now, The Now, and 21st Century Art. Het gaat dan om werk van kunstenaars van vaak nog geen dertig jaar oud, zonder ontwikkeld oeuvre of bewezen staat van dienst, dat wordt verhandeld als aantrekkelijke speculatie-objecten.

Een gevolg hiervan is dat het voor kunstinstituten en musea vaak te duur wordt om een werk aan te schaffen. Zodoende »



worden zij afhankelijk van subsidies en leningen uit particuliere collecties om tentoonstellingen te kunnen maken. Daarmee wordt dan snel de heersende mode de leidraad voor een museum, in plaats van gedurfde exposities die minder voor de hand liggen.

DALENDE OMZET

Maar er is dus nu een kentering gaande, zo blijkt uit de cijfers. De grootste daling is te zien op de veilingen van 20e- en 21e-eeuwse kunst. Hierin werd een derde minder omgezet dan in 2022. De ultra-jonge kunst bleek toch niet zo vast in waarde als werd gehoopt. Ook bij de galeries en handelaren in deze sector is dat zichtbaar. Bij beiden is de daling vooral zichtbaar in het segment boven de 10 miljoen dollar. Omdat dit het topje van de markt betreft is de daling minder sterk, maar er wordt over het geheel duidelijk voorzichtiger en bedachtzamer gekocht. Hierdoor klagen handelaren over moeizamere transacties en hardere prijsonderhandelingen. Galeries en handelaren moeten het veelal hebben van internationale beurzen om zo veel mogelijk klanten te bereiken en hun naam hoog te houden. Maar met de uitdagingen van een hoge kostprijs en een onzekere markt is het effect dat er in de afgelopen jaren vooral goed verkoopbare kunst getoond werd op beurzen als Art Basel (in Basel, Hong Kong, Miami en Parijs) en Frieze (in Seoul, New York, Londen en Los Angeles). Dat leidt inmiddels tot een voorspelbaar aanbod van bekende kunstenaars en niet te veel 'lastige', politiek-geëngageerde kunst. Het is dan ook niet voor niets, dat kunstcriticus Jonathan Jones in *The Guardian* van 11 oktober 2023 het aanbod op Frieze London beschrijft als 'A graveyard of creativity'. De vraag is hoe deze tendens doorbroken kan worden.

Een goed voorbeeld is de in 2022 opgerichte Basel Social Club, een initiatief van een collectief van kunstenaars, galeriehouders en curatoren. Tijdens Art Basel 2023 had deze Basel Social Club een pop-up in een voormalige mayonaise-fabriek, waar in de industriële omgeving kunst werd getoond. Werk van opkomende en gevestigde kunstenaars hing door elkaar, tussen de barretjes, underground disco's en gemeenschappelijke tafels waar mooie diners werden geserveerd. De gratis toegang leidde tot een groot gemengd publiek dat bestond uit kunstenaars, galeriehouders en jonge en oude kunstliefhebbers. Afkomst of geld speelde hier geen rol. In de vele reviews die na Art Basel op alle belangrijke platforms verschenen, kwam het succes van de Basel Social Club unaniem naar voren.

NIEUWE SUCCESSEN

Nog een opvallende uitkomst van het Art Basel/UBS Report is dat in tegenstelling tot de daling in het hoogste segment, er juist een enorme stijging te zien is in het aantal aankopen van kunst onder 50.000 euro. Er waren in die sector maar liefst 70% meer verkopen in 2023 dan in het jaar ervoor. Niet alleen op de veilingen was deze ontwikkeling zichtbaar, maar ook bij galeries wereldwijd.
De vraag is waar deze opmerkelijke kentering vandaan komt. Een plausibele reden is dat een nieuwe kopersgroep is opgestaan. De millennials, die nu de leeftijd hebben om zich voor kunst te interesseren en ook het geld verdienen om het aan te schaffen, manifesteren zich voor het eerst als groep op de markt. Tegelijkertijd brengt dat ook andere ontwikkelingen met zich mee. Online kopen is bij deze groep vanzelfsprekend. Ook dat zien we terug in het Art Basel Report, want het aandeel van online kunstaankopen is in 2023 gestegen ten opzichte van 2022. En dat terwijl een scherpe daling te zien was ten opzichte van coronajaar 2021, toen online verkopen vrijwel de enige mogelijkheid was. Toch is er ook behoefte aan fysiek contact. Een hybride model lijkt daarom de beste optie. Daarnaast blijkt dat jonge galeries beter in staat zijn om millennials, immers hun leeftijdgenoten, te trekken.
Het is dus heel belangrijk dat deze er zijn.
Een van de jongste galeristen in Nederland, Michiel Simons, is daar een goed voorbeeld van. Simons startte in 2017 zijn galerie M. Simons met een focus op schilderijen en grafiek van na 1989. In eerste instantie begon de galerie als pop-up, maar inmiddels heeft Simons een vaste locatie tussen twee gevestigde Amsterdamse galeries in.

JONGE KOPERS EN JONGE GALERIES

De Nederlandse hedendaagse kunstmarkt werd lange tijd gedomineerd door galeries die zich, met de tijdsgeest van de jaren 90, richtten op het binnenhalen van belangrijke verzamelaars en daarmee het contact onderhouden. De focus lag op het verkrijgen van een trouwe kring van kunstkopers en daarop inspelen. Bij de jongere kopersgroep werkt deze methode niet meer. Zo beschrijft Simons dat deze nieuwe kopers zich eerst oriënteren op specifieke kunstwerken die ze hebben gezien op een beurs, dan wel gespot via Instagram. Er wordt eerst gedegen eigen onderzoek gedaan, en dan pas wordt de betreffende galerie bezocht om het werk in het echt te zien en meer informatie te verkrijgen. Dat wil zeggen dat de kunst leidend is, en de plaats waar het is te verkrijgen secundair. Voor Simons geeft dat vrijheid, omdat hij zich daardoor breed kan focussen en in een divers aanbod kan voorzien zonder druk te voelen van verwachtingen van een vaste klantenkring.
Galeriehouder Mulan Go beaamt dit. Zij startte GoMulan Gallery in de Pijp in 2018 en focust op een combinatie van »

De millennials manifesteren zich voor het eerst als groep op de markt. Online kopen is bij hen vanzelfsprekend

< **Sophie Steengracht,** *Soil horizon; ashes, stones, roots, seeds,* **2023, natuurlijke pigmenten op Arches papier, 200x255cm, courtesy GoMulan Gallery**

> **Julian Schnabel,** *Last Attempt at Attracting Butterflies I,* **1995, zeefdruk, 142x130cm, courtesy M.Simons**





< Klaas Rommelaere, *Bai Wei,* **2023 (uit de serie** *Johnny***), handgeborduurd katoen op katoen en velours, 80x53cm, courtesy Galerie Madé van Krimpen**

> Jochem Mestriner, *Suspicions on some hidden realities in the air,* **2023, olieverf, gouache, oliepastel en grafiet op doek, 25x32cm, courtesy Jochem Mestringer en Diez Gallery**

jonge en oudere gevestigde kunstenaars. Ook Go geeft aan hoe belangrijk online platforms, zoals Instagram, tegenwoordig zijn. Dat ziet zij onder andere terug in de stijgende hoeveelheid verkopen van werk dat niet op dat moment getoond wordt in de galerie, maar via online bronnen gevonden is. Toch zijn ook volgens Go de fysieke tentoonstellingen en persoonlijk contact even belangrijk. Een hybride systeem waarin off- en online elkaar versterkt, werkt het best.
Beide galeriehouders zien dat jonge galeries ook een jonger publiek trekken. Ze begrijpen beter hoe zij hen het beste tegemoet kunnen treden, en zorgen ervoor dat hun drempel laag blijft. Ook de prijs speelt daarbij een rol: prijzen boven de 6.000 euro zijn bij deze galeries schaars.

Jonge galeries trekken ook een jonger publiek, merken de galeriehouders

Opvallend is dat zowel Simons als Go ervaring hebben in het veilingwezen en op de secundaire markt. Zo biedt Simons ook werk in editie aan van kunstenaars die hij vindt op de veiling, waardoor het betaalbaar blijft. Jonge kunstkopers interesseren zich ook in werk van oudere kunstenaars en hun geschiedenis. Het is een vergissing te denken dat jonge kunstliefhebbers alleen maar enthousiast worden van kunst van leeftijdgenoten.
Lange tijd zijn er in Amsterdam geen nieuwe galeries gestart. In het gat dat is ontstaan, zijn nu een aantal jonge, zeer gedegen galeristen gesprongen met een heel eigen programma en format. Madé van Krimpen en Diez Gallery horen hier zeker genoemd te worden.
Uiteindelijk komt er op iedere verandering weer een nieuwe reactie. En: na scheefgroei ontstaat ruimte voor correctie. Dat op zichzelf is geruststellend, want dit betekent dat niets hetzelfde blijft en zich altijd weer nieuwe kansen voordoen. Kunst is daar de creatieve afspiegeling van. Het volgen van de trends en openstaan voor vernieuwingen zorgt ervoor dat de geest soepel en jong blijft. «



Jeannette ten Kate is kunstadviseur op de mondiale kunstmarkt, oprichter van The Art Connector en directeur van The Arts Club en International Arts Club. Ze werkte bij veilinghuizen Sotheby's en Glerum Auctioneers. Sinds twintig jaar heeft ze haar eigen bedrijf. *artconnector.nl*

